

Секция. ОКНО В ЦИФРОВОЙ МИР ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

УДК 74

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЦИФРОВОМ ДИЗАЙНЕ

А.А. Бурхинова, Л.Х. Садулаева, П.Д. Шкреба, бакалавры
О.Г. Иванова, преподаватель

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

Аннотация. Искусственный интеллект (ИИ) стремительно проникает во все сферы жизни современного общества, оказывая значительное влияние на различные области науки, техники, искусства и дизайна. Однако, несмотря на очевидные преимущества, интеграция искусственного интеллекта в дизайн вызывает ряд вопросов, например, повлияет ли ИИ на креативность дизайнеров. Цель – исследовать роль ИИ в цифровом дизайне в условиях развития автоматизации.

Ключевые слова: дизайн, цифровой дизайн, искусственный интеллект (ИИ), цифровизация..

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DIGITAL DESIGN

Abstract. Artificial intelligence (AI) is rapidly penetrating into all spheres of modern society, exerting a significant impact on various fields of science, technology, art and design. However, despite the obvious advantages, the integration of artificial intelligence into design raises a number of questions, for example, whether AI will affect the creativity of designers. The aim is to explore the role of AI in digital design in the context of automation development.

Keywords: design, digital design, artificial intelligence (AI), digitalization.

Актуальность. В настоящее время растет спрос на специалистов, умеющих грамотно сочетать искусственный интеллект с дизайн-проектами. Компании активно ищут способы повысить эффективность и креативность своих команд в тандеме с ИИ. С помощью алгоритмов машинного обучения и нейронных сетей можно создавать уникальные визуальные решения, оптимизировать рабочие процессы и даже предсказывать предпочтения пользователей.

Объектом исследования является понятие Искусственный Интеллект (ИИ).

Предметом исследования изучение роли ИИ в дизайне.

Цель исследования – выявление положительных и отрицательных аспектов ИИ при его использовании в цифровом дизайне.

Для достижения цели использовались следующие методы: изучение статистики использования ИИ; анализ подходов, используемых в настоящее время в цифровом дизайне для выявления перспектив в этой области; проведение социологического опроса среди студентов и преподавателей для выяснения роли искусственного интеллекта в цифровом дизайне.

Искусственный интеллект и искусственный дизайн-интеллект. Искусственный интеллект (ИИ) – это область информатики, направленная на создание интеллектуальных машин, способных выполнять творческие функции, которые традиционно ассоциируются с человеческим разумом.

Помимо известного всем искусственного интеллекта, существует искусственный дизайн-интеллект, который применяется непосредственно в области дизайна.

Искусственный дизайн-интеллект (ИДИ) – это подмножество ИИ, которое применяется непосредственно в области дизайна. Основная цель ИДИ – автоматизировать процессы проектирования, помогая дизайнерам эффективнее создавать визуальную продукцию.

Конец близок. Специалисты в сфере робототехники и искусственного интеллекта предупреждают: «конец близок», – но не конец света, а определённых профессий. Роботы вскоре смогут взять на себя многие задачи, которые сейчас выполняются людьми.

Футуролог Томас Фрей в своем выступлении на TED предсказал, что к 2030 году исчезнет около 2 миллиардов рабочих мест. Это примерно половина от общего числа существующих сейчас вакансий. Основная причина – автоматизация и внедрение роботов. Что насчет дизайнеров? В этой работе будет роль ИИ в цифровом дизайне и сможет ли «железный дизайнер» заменить настоящего [1].

Согласно статье *Huffington Post*, искусственный интеллект не может поддаваться творческими прорывами. В статье утверждается, что алгоритмы, по определению, не могут быть непредсказуемыми, поскольку настоящие творческие инновации происходят органично, эволюционно. ИИ пока не может придумать оригинальную идею, нарисовать картину как Мона Лиза. Но если говорить о подборе цветов, их комбинации, поиска шрифтов, генерации новых начертаний, то здесь ИИ не будет равных, поскольку он сможет предложить большое количество вариантов за относительно небольшое количество времени. Например, Logojoy будет генерировать разные логотипы, до тех пор, пока вы не будете довольны вашим вариантом. Такие сервисы подойдут вам, если вы ищете простой, рабочий логотип, однако, если вы ищете что-то действительно сложное или оригинальное, вам лучше работать с дизайнером [2].

Работа с человеком определенно дает вам больше свободы. Проблема с алгоритмическим дизайном заключается в том, что он может создавать только проекты, которые соответствуют его алгоритму, то есть те, которые запрограммировал разработчик. С другой стороны, дизайнер также не может придумать что-то абсолютное новое, потому что очень много приемов и дизайнерских решений были созданы до него. Например, шрифты, цветовые комбинации, образы и т.д., которые можно встретить часто в работах многих дизайнеров. Единственным ограничением для человека является его воображение, способности и время.

Компании использующие ИИ в своих проектах. Сложно поверить, что машинное обучение способно применяться в таких творческих и индивидуальных процессах, как разработка логотипов и брендового стиля. Однако именно этим занимаются некоторые современные сервисы. Они применяют особые алгоритмы для создания логотипов и сайтов, что существенно дешевле, чем услуги профессионального дизайнера. В теории это отличный выбор для начинающих предпринимателей с ограниченным бюджетом. Уже сейчас существуют различные сервисы, использующие ИИ в своих проектах. Рассмотрим несколько из них.

Figma – Figma, как одна из ведущих платформ для дизайна тоже активно внедряет искусственный интеллект в свои продукты. Хотя Figma изначально фокусировалась на простоте и доступности инструментов для дизайнеров, внедрение ИИ стало важным направлением развития платформы.

Autodesk и Dreamcatcher – компания-разработчик программного обеспечения Autodesk создала искусственный интеллект под названием Dreamcatcher. Этот инструмент способен создавать и оптимизировать тысячи дизайн-концепций, учитывая различные факторы, такие как прочность, вес и стоимость. Это позволяет дизайнерам создавать продукты, оптимизированные с точки зрения производительности.

Adobe – компания Adobe активно внедряет технологии искусственного интеллекта в свои продукты, чтобы улучшить функциональность и упростить работу пользователей. Их платформа Adobe XD стала одним из наиболее популярных инструментов для дизайна на рынке.

Студия Артемия Лебедева – студия представила нейросеть «Николай Иронов», способную создавать логотипы на основе информации о компании. ИИ анализирует текст, выделяет ключевые слова и создает уникальный логотип.

Adidas, Coca-Cola и Ford – компании используют программное обеспечение от InVision которое позволяет дизайнерам создавать и совместно работать над проектами с применением искусственного интеллекта.

Эти примеры свидетельствуют о потенциале искусственного интеллекта в области веб-дизайна и разработки продуктов. Используя ИИ, компании могут создавать эксклюзивные продукты, которых еще нет на рынке. Искусственный интеллект также способствует ускорению процесса проектирования и сокращению времени вывода продукции на рынок, обеспечивая конкурентное преимущество.

Искусственный интеллект Николай Иронов. Иронов – один из ведущих дизайнеров Студии Артемия Лебедева, но он не человек. Это искусственный интеллект, который способен выполнять творческую работу – создавать логотипы и айдентику на их основе [3].

Дизайнеры больше года выдавали искусственный интеллект за удаленного сотрудника и не раскрывали правду о нем клиентам. О проекте знала только «изолированная команда» внутри студии. Так компания «получала объективную обратную связь, не подверженную влиянию предрассудков о генеративном дизайне».

Сможет ли он заменить работу настоящего дизайнера? Если всегда работать в рамках экспресс-дизайна, где клиент платит 100 тысяч рублей за работу, не обсуждает результат и не имеет правок, то да, несколько выпущенных в реальную среду проектов Иронова подтверждают это. Посмотрим на их суть: youtube-блогеры, яркое крафтовое пиво, пельменная для молодой аудитории, матча-кофейня и тд. Их объединяет стремление к чему-то новому, яркому и отличающемуся от остального мира.

Но справиться с более серьезными задачами, например, как дизайн навигационной карты Московского метро, нейросеть явно не сможет. Потому что тогда у «железного дизайнера» не будет двух главных человеческих факторов – правок заказчика и переживаний исполнителя. И в случае с навигацией оба фактора направлены на то, чтобы конечному потребителю было понятно и удобно найти правильный путь в большом помещении. Дизайн нейросети не создает удобство, а наоборот, подбирает вручную настроенный рандом из визуального брифа. Он чертит линию так, как хочет, но ничего в это не вкладывает.

Таким образом, Николай Иронов – это отличный проект, если воспринимать его как развлечение. Например, вам просто интересно, как мог бы выглядеть ваш логотип. Сервис можно использовать и с практическими целями. Например, оплатить создание логотипа для вашего дизайнера. Иронов генерирует десятки отличных идей, которые дизайнер потом отрисует самостоятельно с поправкой на свое видение и ваше техническое задание. Если вам нужно вдохновение, и вы хотите использовать бесчисленные варианты дизайна логотипа, сервисы с ИИ могут стать для вас прекрасным выбором. Если вместо этого вы ищете сложные, оригинальные работы, то лучшим вариантом будет дизайнер.

Создание рекламы с помощью ИИ. Coca-Cola – одна из первых крупных компаний, создавших телевизионную рекламу полностью с использованием технологии искусственного интеллекта. В 2023 году компания создала новый лимитированный вкус используя ИИ с названием Y3000. Разработчики нового напитка заявили, что напиток показывает то, каким может быть вкус Coca-Cola в будущем. Уже в 2024 году Coca-Cola представила серию реклам «Праздник к нам приходит», сделанную полностью из нейросетей [4].

Основатель студии искусственного интеллекта Secret Level Джейсон Зада рассказал AdAge, что во время производства они добавили новую модель искусственного интеллекта Kling, которая создает более реалистичные движения. То, что она стала неотъемлемой частью производства за короткий промежуток времени, показывает, насколько быстро развиваются технологии искусственного интеллекта, говорит Зада.

Зада сказал, что подход искусственного интеллекта значительно сократил производственные затраты и время, объяснив, что традиционное производство «обошлось бы, знаете ли, в несколько миллионов долларов и много времени на холоде». Он добавил: «Вы знаете, мы смогли сделать все это, не выходя из дома, у нас есть артисты со всего мира, с которыми мы работали». Однако процесс не был идеальным. Зада отметил, что для создания правильной сцены с участием белки, созданной искусственным интеллектом, потребовалось «пару сотен» итераций.

Реклама получила неоднозначную реакцию, некоторые критики утверждают, что реклама выглядит дешевой и иногда странной по сравнению с оригиналом. Пользователи сети нашли различные ошибки в видео. Например, у грузовиков не крутятся колеса, когда они едут, а пропорции в некоторых кадрах искажены. Помимо этого, зрители обратили внимание на странные формы новогодних огней. По их мнению, реклама получилась совсем не праздничной, которая при этом оказалась хуже, чем «реальные» ролики прошлых лет. «Недаром мастерская Санты изображается как место, где игрушки изготавливаются вручную – именно так и происходит волшебство», – подчеркнули в Forbes.

Бесспорно, внедрение ИИ в рекламу снижает затраты и повышает конверсию, делая маркетинговые стратегии гибкими и масштабируемыми. Однако важно помнить, что технологии не заменяют человеческий креатив и стратегическое мышление – лучший результат достигается при грамотном сочетании ИИ-инструментов и экспертного подхода [5]. В конечном счете, шаг Coca-Cola в область ИИ-сгенерированной праздничной рекламы показывает сложности сочетания искусственного интеллекта с художественным выражением. В условиях усиливающихся дебатов о роли ИИ в креативных отраслях компаниям необходимо тщательно взвешивать риски, приоритезируя подлинность и эмоциональное вовлечение, чтобы сохранить доверие и связь с аудиторией. Этот опыт предоставляет важные уроки для брендов, изучающих развивающуюся область ИИ в маркетинге.

Результаты опроса. Было проведено анкетирование студентов и преподавателей Института креативных индустрий ВВГУ для выявления мнений пользователей о роли ИИ в цифровом дизайне и его влиянии на креативность дизайнеров.

По итогам опроса студентов, был сделан вывод, что большинство опрошенных взаимодействуют с ИИ довольно часто. Студенты по-разному оценивают роль ИИ и его влияние на креативность, однако, в целом, оценили «положительно». По мнению респондентов создание логотипов и рекламной продукции являются наиболее подверженными автоматизации. В ответах студентов на вопрос: «Сможет ли ИИ заменить творческие профессии?» наблюдается расхождение во взглядах. Несомненно, преобладает ответ «скорее нет», чем «да». Однако многая часть опрошенных выражает опасения по этому поводу (рисунок 1).

Исходя из результатов опроса среди преподавателей, можно сделать вывод, что большинство опрошенных взаимодействуют с ИИ постоянно. Преподаватели в основном положительно оценивают влияние ИИ на творческие профессии. По их мнению создание логотипов и рекламы также являются процессами, наиболее подверженными автоматизации. Преподаватели склоняются к мнению, что замена дизайнеров на ИИ маловероятна или и вовсе невозможна. Большинство респондентов уверены в невозможности полной замены человека искусственным интеллектом в области цифрового дизайна. Участники подчеркнули уникальность человеческого творчества, способность к эмоциональному восприятию и интуиции, которые остаются ключевыми элементами успешного дизайнерского процесса. Они также отметили, что ИИ может стать полезным инструментом для автоматизации рутинных задач и ускорения работы, однако не способен заменить творческий подход и глубину понимания контекста, присущие человеку (рисунок 2).

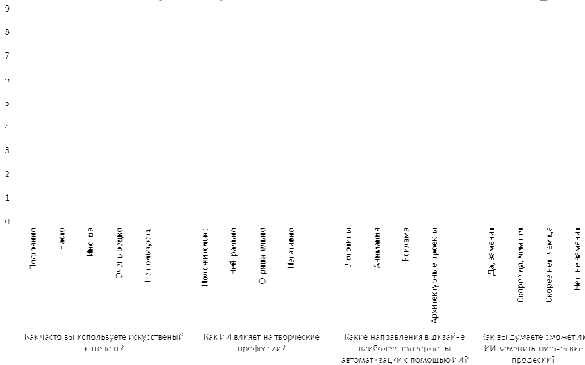


Рис.2. Опрос студентов ВВГУ

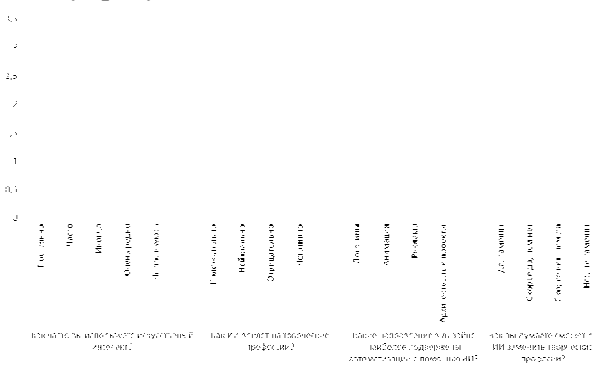


Рис. 3. Опрос преподавателей ВВГУ

Заключение. Подводя итоги исследования роли искусственного интеллекта в цифровом дизайне, можно сделать вывод, что ИИ оказывает глубокое и многогранное воздей-

ствие на эту сферу. С одной стороны, он открывает новые горизонты для творчества, позволяя дизайнерам автоматизировать рутинные задачи, экспериментировать с новыми стилями и получать доступ к огромным объемам данных. Это ускоряет процесс разработки и повышает эффективность работы дизайнеров. С другой стороны, внедрение ИИ ставит перед обществом важные вопросы, касающиеся авторства, этики и будущего профессии дизайнера.

Тем не менее, очевидно, что взаимодействие дизайна и искусственного интеллекта будет продолжать развиваться. Уже сейчас можно наблюдать появление новых инструментов и платформ, которые делают работу с ИИ доступной широкому кругу специалистов. Важно понимать, что искусственный интеллект не заменяет человека, а скорее дополняет его творческие способности, предлагая новые способы выражения идей и вдохновения.

Таким образом, изучение влияния ИИ на дизайн требует постоянного внимания и критического осмысления. Будущее этой области обещает быть интересным и полным возможностей, однако оно также потребует от нас осознанного подхода к использованию технологий и уважения к творческому процессу.

Николай Хижняк. Конец близок: ИИ от Google учится создавать и обучать другие ИИ. – Текст электронный / Хижняк Николай // Hi-News.ru. – 24.01.2017 – URL:<https://hi-news.ru/technology/konec-blizok-ii-ot-google-uchitsya-sozdavat-i-obuchat-drugie-ii.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Рыжов В.В., Сайфулин В.Г. К вопросу о способности искусственного интеллекта к научному творчеству. – Текст электронный/ В.В. Рыжов, В.Г. Сайфулин // Вести Волгоград. гос. ун-та Сер. 7 Филос. 2011. №1(13). – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sposobnosti-iskusstvennogo-intellekta-k-nauchnomu-tvorchestvu> (дата обращения: 20.03.2025)

Поддержка. Кто такой Иронов? [сайт]: – URL:<https://ironov.artlebedev.ru/support/> (дата обращения: 20.03.2025).

Евгений Вилков. Созданная ИИ реклама Coca-Cola «Праздник к нам приходит» выглядит празднично, но кажется искусственной. – Текст электронный / Вилков Евгений // vc.ru. – 16.04.2024 – URL:<https://vc.ru/marketing/1657284-sozdannaya-ii-reklama-coca-cola-prazdnik-k-nam-prihodit-vyglyadit-prazdnichno-no-kazhetsya-iskusstvennoi> (дата обращения: 22.03.2025)

Искусственный интеллект в рекламе: плюсы и минусы // Pickles [сайт]: – URL: <https://pickles.team/iskustvenniy-intellect-v-reklame-plusy-minusy> (дата обращения: 22.03.2025)

УДК 004.94:069

ВИРТУАЛЬНЫЕ ТУРЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ НЕДВИЖИМОСТИ: ТРЕНД БУДУЩЕГО ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ УЖЕ СЕГОДНЯ?

Ю.А. Гладченко, К.В. Мохно, К.Е. Деримедведева, В.В. Русакова, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье рассматривается актуальность создания и внедрения виртуальных туров для объектов недвижимости, их роль на современном рынке и перспективы развития. И-следуются преимущества и недостатки технологии, а также её влияние на процесс покупки жилья. Обоснован вывод о необходимости адаптации традиционных бизнес-процессов к новым реалиям, где цифровые технологии играют ключевую роль.

Ключевые слова: виртуальные туры, недвижимость, цифровые технологии, рынок жилья, онлайн-просмотры, инновации, покупательский опыт.